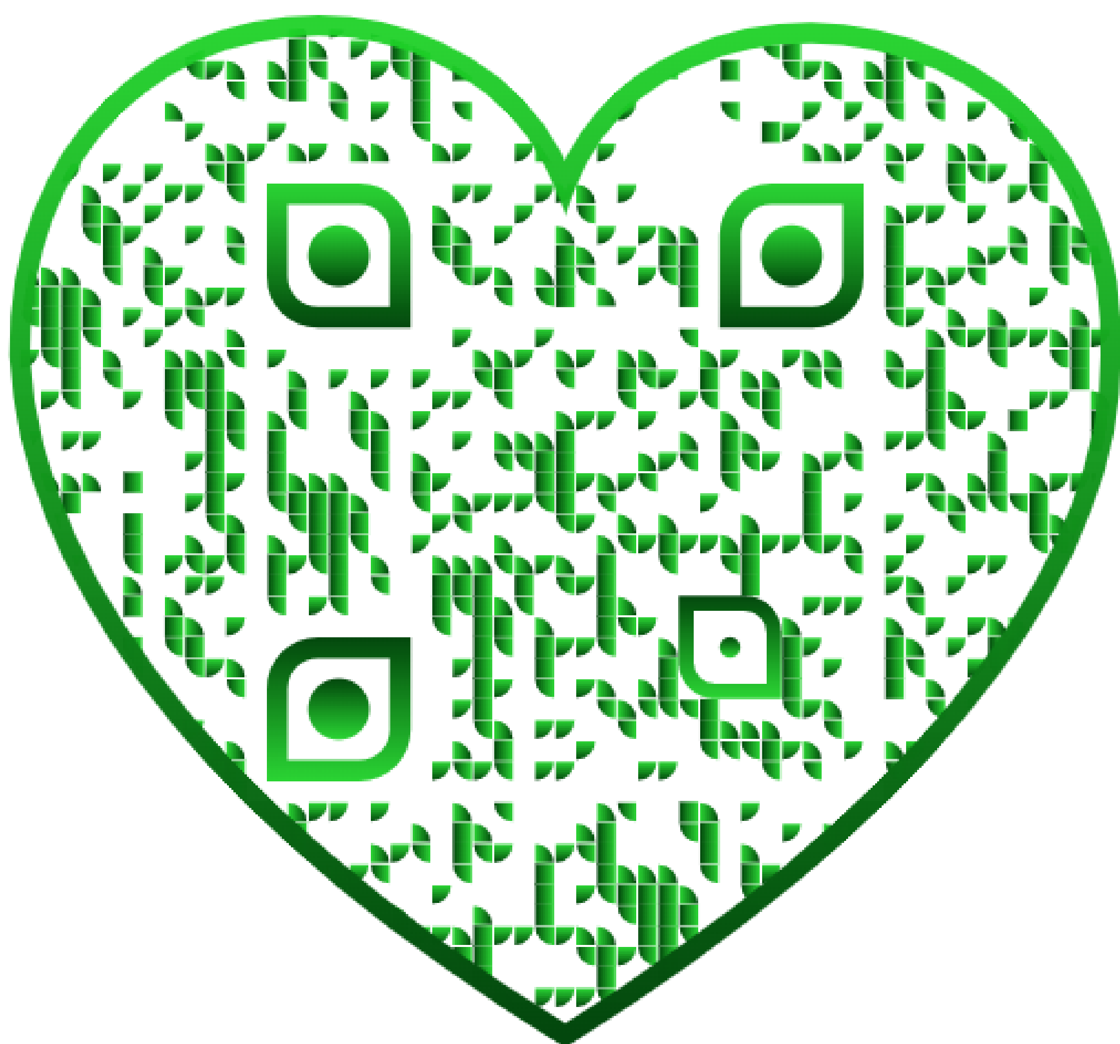
7 PASSOS

para profissionalizar o seu

Instagram

CRIART
PROPAGANDA



7 PASSOS PARA PROFISSIONALIZAR O SEU INSTAGRAM

PASSO 1

Converta seu perfil para uma conta comercial

Transforme sua conta do Instagram em comercial e tenha mais recursos disponíveis na sua conta como acessos a informações sobre seu público (faixa etária, gênero, localidade, alcance das publicações, entre outros dados) e assim, saiba com quem você está falando para ter uma comunicação mais assertiva e direcionada.

“Eu vou perder todas as fotos do meu perfil, fazendo a conversão do pessoal para o perfil comercial do Instagram? ”

A resposta é: não! Fique despreocupado em relação a isso.

Confira o passo a passo para fazer a conversão do perfil pessoal para comercial:

Passo 1. Toque no botão “menu” que fica no canto superior direito.

Passo 2. Acesse configurações

Passo 3. Em seguida, toque em Conta.

Passo 4. Role a tela e escolha a opção “Mudar para conta comercial”.

Passo 5. Nessa etapa irá aparecer uma tela de “Ferramentas de Negócio do Instagram”. Comece escolhendo a categoria do seu perfil comercial. Após escolher clique em Avançar.

Passo 6. Confirme se as informações e contato estão corretas. Ele vai preencher automaticamente com as informações que você usava em sua conta pessoal, se precisar alterar, basta tocar em Alterar opções de contato. Quando estiver tudo certo, clique em Avançar.

Passo 7. Você vai precisar se logar na sua conta do Facebook. Uma tela com todas as páginas que você possui vai abrir. Escolha a página do Facebook que deseja associar ao perfil comercial no Instagram e clique em Concluir.

Passo 2

A Biografia é a fachada da sua empresa

Quando você entra no perfil de uma empresa a primeira coisa que você vê é a biografia certo? Você já ouviu a expressão “a primeira impressão é a que fica”? Pois é exatamente isso que a biografia causa em nós. É o primeiro contato que temos com a empresa, é onde precisa constar claramente o que sua empresa faz!

Imagine 100, 500 ou 1000 pessoas entrando no seu Instagram toda semana. Se coloque no lugar dessas pessoas e olhe com os olhos dela. Como elas veem a sua Bio? Elas conseguem identificar do que aquele perfil se trata? Que tipo de informações elas vão encontrar ali?

Com a era digital, as pessoas estão cada vez mais imediatistas. Tudo precisa estar simples, prático e rápido. Por isso, a dica é facilitar a vida do seu seguidor e inserir o máximo de informações disponíveis neste espaço.

Coloque uma descrição breve do seu negócio e o que você tem a oferecer de bom para o seu cliente de forma clara, para que qualquer pessoa consiga entender do que se trata.

Insira seu endereço no campo específico para endereço. Suas publicações do Instagram não têm fronteiras, você pode atingir pessoas do mundo todo. Por isso, o endereço é fundamental!

Insira um link estratégico no campo “site” para direcionar essas pessoas a outro lugar onde elas possam saber mais sobre sua empresa ou efetivamente comprar ou falar com você. O Instagram só permite a inserção de um único link neste campo, por isso, use da melhor maneira possível.

Para inserir o número de WhatsApp use a fórmula abaixo substituindo o xxxx pelo seu número. Coloque o DDD sem o zero + número sem o 9 extra: api.whatsapp.com/send?phone=55XXXXXXXXX

Para inserir mais de um link no campo site: recomendo usar o LINK TREE que é um site onde você pode criar um menu de links, como por exemplo, um link para o seu site, um para o seu WhatsApp, um para download de um catálogo, entre outros.

Crie destaques dos stories e personalize com capas que remetam as cores da sua marca. Os stories normalmente ficam disponíveis só por 24 horas, mas você pode eternizá-los criando destaques para cada assunto. Pense novamente com a cabeça do seu seguidor. Como você pode organizar estes destaques para facilitar que ele encontre aquilo que procura? Faça as pastinhas/bolinhas segmentadas por temas (dicas, depoimentos de clientes, promoções, produtos, serviços, entre outros). Em cada destaque, é possível arquivar até 100 stories.

Passo 3

Drible os algoritmos

O algoritmo das mídias sociais é o que entende se suas publicações são ou não interessantes para o seu público e decide se irá continuar mostrando-as organicamente (sem que você precise pagar) para as pessoas.

Para driblá-los você precisa mostrar que as pessoas gostam de interagir com seu conteúdo. Por isso, estimule-as a comentar, curtir, mandar mensagens

Inbox, clicar nas enquetes e responda toda e qualquer interação o mais rápido possível, fazendo a conversa continuar.

Curta fotos que mencionem sua marca, comente em posts de seus clientes e use hashtags relevantes e populares. Use # que tenham a ver com seu público e que possam ser usadas para as pessoas te encontrarem. Imagine quem está procurando pelo seu produto, o que essa pessoa digitaria nas buscas do Instagram?

Uma dica é acompanhar nosso perfil @criartpropaganda, pois como o Instagram vem mudando sempre, você pode ficar informado em primeira mão de todas as novidades vendo os nossos conteúdos!

Passo 4

Analise as métricas

Com elas, você pode conhecer mais seu público na rede social. As métricas que você tem acesso através de uma conta comercial são:

Alcance: apresenta o número de contas únicas que viram sua postagem no Instagram;

Impressões: mostra o número total de visualizações que seu post no Instagram obteve;

Atividades do seguidor: esse dado é muito importante. Ele mostra a média de vezes que sua base de fãs está no Instagram em um dia;

Visualizações do vídeo: mostra o número de vezes que seu vídeo foi visualizado pelos seguidores. Essa métrica pega reproduções que foram vistas por mais de três segundos;

Cliques no site: essa métrica mostra para você quantas pessoas tocaram para acessar seu site;

Salva: apresenta o número de perfis do Instagram que salvaram o seu post.

Respostas: métrica específica para as histórias que expiram em 24 horas. Esse dado mostra o número de pessoas que assistiram ao vídeo e enviaram mensagens para você por meio da função “enviar mensagem”.

Saídas: métrica específica para as histórias que expiram em 24 horas. Corresponde ao número de vezes que um seguidor passou de uma de suas histórias para a história de outra pessoa.

Com um perfil comercial no Instagram, você também consegue ter informações sobre seus seguidores, como: idade, gênero e localização. Estes são mais dados que ajudam você a montar seus conteúdos.

É importante reforçar que você vai ter acesso a esses dados somente após a mudança do perfil. Ou seja, postagens feitas anteriormente no seu perfil pessoal do Instagram não vão aparecer. A vida começa a partir daqui!

Passo 5

Invista em anúncios

Ao criar anúncios no Instagram você estará pagando para a plataforma mostrar suas publicações para as pessoas que te interessam, é o que alguns chamam de patrocinar, ou impulsionar.

É possível criar um anúncio diretamente pelo Instagram, mas os recursos são bem limitados. Para fazer isto de maneira profissional, eu recomendo que você crie uma conta de anúncios neste site: https://www.facebook.com/business

Ao impulsionar qualquer publicação você deve criar um público e este público deve ser bem específico para que você não desperdice dinheiro com pessoas que não são interessantes para o seu negócio. Estabeleça quem é sua persona (seu público-alvo específico) e detalhe as características dela na criação deste anúncio. É importante informar localização, gênero, faixa etária e interesses, que podem ser segmentados das mais diversas formas.

Ao criar um anúncio apenas para quem já interagiu com você ou assistiu um vídeo até o fim, você estará usando estratégias de remarketing. Afinal, é bem mais fácil vender para alguém que já te conhece ou que já está interessado, não é mesmo?

Passo 6

Grave vídeos

Tem vergonha de aparecer? Eu também tinha. Mas lembre-se: vergonha não paga conta de ninguém. Tem medo de que te critiquem? Saiba que as pessoas mais criticadas foram as que mais fizeram diferença no mundo.

O alcance dos vídeos nas mídias sociais tem sido cada vez maior. Estima-se que até 2021, 82% do tráfego da internet será gerado por vídeos. Ou seja, você deve e precisa usar este recurso para divulgar sua empresa. Os vídeos também criam mais autoridade para você e sua empresa, pois aparecendo você mostra que realmente entende do assunto e é expert no seu segmento. O vídeo também transmite muito mais confiança do que os textos, pois o cliente pode te “olhar no olho”. Outra vantagem é que hoje em dia ninguém mais quer ler textos grandes, então com o vídeo você consegue reter a atenção do seu seguidor sem que ele precise ler.

Para os stories, os vídeos devem ser de até 15 segundos. Para o Instagram, de até 60 segundos. Para o IGTV, de até 10 minutos.

Os vídeos ativam o gatilho mental da visão pois mostram com fidelidade um produto ou uma pessoa. Quando vemos alguém em vídeo, temos a sensação de que conhecemos a pessoa de longa data, não é mesmo?

As transmissões ao vivo (a famosa live) também é uma ótima estratégia a ser utilizada. Já pensou em fazer uma live tirando as principais dúvidas dos seus clientes? As taxas de engajamento são altíssimas em transmissões ao vivo e você pode aproveitar a oportunidade para divulgar novidades exclusivas em tempo real para os seus seguidores. Outra dica bacana é fazer a live durante um evento, mostrando os detalhes de tudo o que está acontecendo na sua empresa.

Passo 7

Crie relacionamento nos stories

Os stories vieram para revolucionar a forma de se comunicar online, pois trazem mais informalidade e humanização para o nosso negócio. A perfeição é deixada de lado, e o que importa é o conteúdo a ser transmitido. Faça dos stories um reality show da sua empresa.

Use este recurso para mostrar o dia-a-dia da sua empresa, mostrar bastidores, para conversar com seus seguidores, fazer enquetes, perguntar do que eles gostam. Você pode usar os stories para mostrar sua cara, falar sobre seus diferenciais, mostrar sua loja. Sua empresa precisa ter uma 'cara' e os stories são o local ideal para começar a dar esta cara e mostrar as pessoas que trabalham com você.

Dica de Aplicativo para Stories

Unfold – você poderá fazer montagens com mais de uma imagem, vídeos com bordas, inserir fundos coloridos ou branco, inserir textos bonitos e deixar seus stories com um aspecto bem clean, moderno e sofisticado. (Disponível para IOS e Android)

Por fim, pare de pensar em apenas vender e pense em criar relacionamento com os seus seguidores. Seja verdadeiro e passe uma mensagem que possa AJUDAR as pessoas que te seguem. Seu post deve VENDER SEM PARECER QUE ESTÁ VENDENDO. Você deve mostrar seu negócio de forma que as pessoas possam se inspirar e confiar em você. Este é um dos grandes segredos do Instagram!

Com carinho, Cida.